

## **ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK BAKSO SAPI**

**(Studi Kasus di Toko Daging dan Swalayan Sari Ecco, Condong Catur, Yogyakarta)**

Shafiya Qisthi<sup>1)</sup>, Didik Purwadi<sup>2)</sup>, Mirwan Ushada<sup>2)</sup>

### **ABSTRAK**

Sari Ecco merupakan depot daging sapi segar yang juga memproduksi produk olahan daging sapi. Bakso sapi yang diproduksi Sari Ecco dikenal dengan bakso sapi tanpa pengawet, serta kandungan daging sapi pada bakso adalah 50% dan 80%. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi dan tingkat kesukaan konsumen terhadap bakso sapi Sari Ecco.

Penelitian mengambil studi kasus pada penurunan jumlah permintaan konsumen pada bakso sapi Sari Ecco. Objek penelitian adalah konsumen yang mengkonsumsi bakso sapi Sari Ecco pada bulan April – Juni 2016. Sumber data berasal dari kuesioner dan *form* organoleptik yang disusun berdasarkan 5 variabel atribut produk dan 6 parameter mutu. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan uji organoleptik dengan skala hedonik 1-9.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi responden terhadap atribut produk bakso sapi adalah harga produk yang terjangkau, bahan baku daging lebih banyak dibanding bahan lainnya, produk memiliki reputasi merek yang baik, produk memiliki berbagai macam ukuran dan pencantuman label informasi nutrisi dan gizi produk. Tingkat kesukaan responden terhadap produk bakso sapi Sari Ecco relatif baik pada karakteristik aroma dan rasa, sedangkan untuk karakteristik ukuran, warna, kekenyalan dan tekstur hampir relatif sama dengan produk pesaing.

Kata kunci : atribut produk, organoleptik, preferensi konsumen

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

<sup>2</sup> Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

## **ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES ON MEATBALL'S PRODUCT**

**(Studi Kasus di Toko Daging dan Swalayan Sari Ecco, Condong Catur, Yogyakarta)**

Shafiya Qisthi<sup>1)</sup>, Didik Purwadi<sup>2)</sup>, Mirwan Ushada<sup>2)</sup>

### ***ABSTRACT***

Sari Ecco is a fresh beef depot which also produce processed beef products. Sari Ecco produced beef meatballs are known without preservatives and the amount of raw beef inside the meatballs are 50 % and 80 %. This research's aims are to understand the preferences and the level of consumer preferences towards Sari Ecco's meatball.

The case study of the research was a decreasing demand from consumers in Sari Ecco's meatballs. The object of research are consumers who consume Sari Ecco's meatballs in April-June 2016. Source of the data derived from questionnaires and organoleptic forms compiled based on 5 attribute variables and 6 product quality parameters. The method used in this research is qualitative descriptive analysis and organoleptic test by hedonic scale of 1-9 .

The results showed that the respondents preferences of the meatballs's product attributes are an affordable product prices, more raw meat materials than other materials, has a good brand reputation, the products have a wide range of sizes and nutritional product's information and labels. The respondents preferences for Sari Ecco's meatballs are relatively good in aroma and flavor characteristics, while for the size, color, elasticity and texture characteristics are quite the same to competitors' products.

**Keywords : products' attribute, organoleptic, consumer preference**

---

<sup>1</sup> Student of Agroindustrial Technology Departement UGM

<sup>2</sup> Lecture of Agroindustrial Technology Departement UGM